

**Kinerja TV Publik:
Analisis Isi Berita TVRI
tentang Kampanye Pemilu Legislatif 2004**

A. Darmanto*

Abstract

Given its official status as a public television, TVRI has not been able to put the impartial principle in broadcasting its news on general election. Factionally, the channel has been in favour to the ruling party and spatially, it serves Java region particularly Jakarta better than the rest of the country.

Kata-kata kunci:

TVRI; lembaga penyiaran publik, kampanye pemilu; pemberitaan pemilu

Pendahuluan

Masa kampanye merupakan titik paling kritis dalam rangkaian penyelenggaraan pemilu dan bahkan sering terjadi benturan fisik antar-peserta pemilu. Masa kampanye merupakan rentang waktu yang paling banyak mendapat perhatian masyarakat karena hampir semua pihak merasa terlibat atau sebagai bagian dari proses itu sendiri. Pada masa itu muncul berbagai upaya dari peserta pemilu dan pendukungnya untuk mempengaruhi masyarakat. Media massa sering kali terseret dalam arus pemihakan terhadap peserta pemilu tertentu dengan cara

^{*)} A. Darmanto adalah Pegawai Balai Pengkajian dan Pengembangan Informasi (BPPI)– Lembaga Informasi Nasional (LIN), anggota Tim Pemantau Media untuk Pemilu 2004 di Yogyakarta, Dosen Luar Biasa/Tidak Tetap di UNY, UAJY, AKY, dan MMTC.

memberikan porsi pemberitaan yang lebih besar dibanding peserta lain. Pemberitaan di masa kampanye sering menjadi tolok ukur netral atau tidaknya sebuah media terhadap peserta pemilu. Oleh karena itu pemantauan siaran TV selama masa kampanye mempunyai makna sangat besar, karena dari situ dapat diketahui kecenderungan lembaga penyiaran bersangkutan dalam memberitakan fakta politik yang tengah terjadi. Hasil pemantauan akan sangat berguna bagi stasiun penyiaran yang bersangkutan sebagai bahan evaluasi, sedangkan bagi KPU dan Panwaslu dapat menjadi masukan dalam menilai proses demokrasi yang berlangsung, dan bagi masyarakat pada umumnya hasil pantauan tersebut dapat dijadikan referensi dalam menumbuhkembangkan sikap kritis terhadap peserta pemilu, maupun dalam mengawal perkembangan demokrasi di Indonesia.

Selain memberikan pengalaman baru di bidang politik, Pemilihan Umum (Pemilu) 2004 juga memberikan pelajaran berharga tentang profesionalitas penyelenggaraan siaran televisi di Indonesia. Berbeda dengan waktu sebelumnya, pada pemilu 2004 kinerja pertelevisian mendapat pengawasan dari dua lembaga independen, yaitu Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Pengawasan siaran pemilu pada lembaga penyiaran diatur melalui Surat Keputusan Bersama (SKB) KPU dan KPI No. 12 Tahun 2004 dan No. 002/SK KPI/II/04 tertanggal 19 Februari 2004. Kerjasama KPU dan KPI merupakan perwujudan dari amanat UU No. 12/2003 tentang Pemilu Anggota DPR, DPD, dan DPRD, serta UU No. 32/2002 tentang Penyiaran, dan SK KPU No. 701 Tahun 2003 tentang Kampanye Pemilu Anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Daerah (DPD), dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD). Pengaturan secara rinci dan berlapis-lapis mengenai pelaksanaan kampanye melalui lembaga penyiaran belum pernah terjadi pada Pemilu sebelumnya. Kebijakan demikian itu merupakan wujud pengakuan pentingnya media TV untuk kepentingan politik.

Charney Research, AC Nielsen, UNDP, CH-PPS dan The Asia Foundation pada 1999 telah melakukan Survei Nasional Pendidikan Pemilih Indonesia. Salah satu temuan penting dari survei itu adalah bahwa televisi berperan sebagai sumber utama informasi politik. Sekitar 65% responden dalam survei itu menyatakan bahwa mereka memperoleh informasi tentang Indonesia dan lingkungan sekitarnya

dari televisi. Di samping itu, TV merupakan sumber utama informasi bagi semua orang pada semua kelompok sosial dan memiliki jangkauan penyebaran yang paling luas karena 64% dari pemilih menontonnya paling sedikit 3 hari dalam seminggu, 52% di antaranya bahkan menyatakan menonton TV hampir setiap hari. Sedangkan kemampuan surat kabar menjangkau kelompok-kelompok sasaran (pemilih) hanya 15%.

Mengingat begitu besar potensi media TV bagi proses terbentuknya pendapat masyarakat maka pada momentum akbar seperti pemilu 2004, perlu dilakukan pemantauan terhadap siaran TV agar tidak disalahgunakan untuk kepentingan sepihak. Apalagi pemilu 2004 menggunakan sistem berbeda daripada pemilu sebelumnya. Pemilu 2004 tidak hanya memilih calon anggota legislatif tetapi juga memilih presiden dan wakil presiden secara langsung. Oleh karena itu, lembaga penyiaran televisi diharapkan dapat melakukan pendidikan politik kepada masyarakat luas secara maksimal melalui pemberitaan yang obyektif dan tidak memihak.

Prinsip-prinsip TV Publik

Mengingat kegiatan pemantauan terhadap acara *Berita Nasional* TVRI dilakukan dalam konteks wacana TV publik, maka sebelum disampaikan hasil pengamatan perlu dikemukakan prinsip-prinsip TV publik.

Wacana tentang TV publik di Indonesia menemukan konteksnya sejak lahirnya RUU Penyiaran Usul Inisiatif DPR, Juni 2000. Pada akhirnya eksistensi lembaga penyiaran publik memperoleh payung hukum dengan lahirnya UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran (pasal 13 ayat 2, huruf a). Menurut pasal 14 ayat (1), "*Lembaga Penyiaran Publik sebagaimana dimaksud dalam pasal 13 ayat (2) huruf a adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh Negara, bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat.*" Jabaran lebih lanjut mengenai prinsip-prinsip lembaga penyiaran publik sebagaimana diatur dalam UU Penyiaran No. 32 mesti dicari dan dirumuskan berdasarkan acuan yang ada termasuk mengenali format lembaga penyiaran publik yang berlaku di berbagai negara demokratis.

Ada sejumlah prinsip yang menjadi penanda atau karakteristik lembaga penyiaran publik, yaitu: (1) kebebasan untuk berpendapat; (2) terjaminnya pluralitas kepemilikan (*plurality of ownership*), (3) ada keragaman informasi yang ditujukan kepada khalayak (*diversity of information available to public*), (4) adanya keberagaman selera, kepentingan, dan kebutuhan; (5) akses pada berbagai kelompok sosial, dan budaya untuk menyatakan pendapatnya termasuk di dalamnya kelompok minoritas, (6) kemampuan media untuk menjangkau seluruh wilayah negeri; (7) jaminan kualitas isi media yang disampaikan kepada publik; (8) mendorong terciptanya sistem politik yang demokratis dengan mengutamakan prinsip berimbang, imparial, dan independen; (9) penghormatan terhadap privasi dan hak asasi secara umum; dan (10) terbukanya aksesibilitas publik dalam penyusunan dan supervisi program siaran.

Pemantauan akan mengungkap apakah siaran Berita Nasional TVRI selama masa kampanye pemilu legislatif 2004 dapat meliputi seluruh wilayah yang ada dan menempatkan semua wilayah tidak sekedar menjadi obyek tetapi sebagai subyek yang diberitakan. Di samping itu, apakah siaran *Berita Nasional* dapat menyajikan berita yang berimbang, tidak memihak, independen, serta mampu memberikan pendidikan politik yang dapat mendorong terciptanya sistem politik yang demokratis.

Studi Kasus TVRI

Pemantauan terhadap siaran TV semasa kampanye Pemilu 2004 dilakukan oleh sejumlah institusi di Indonesia. Meskipun banyak lembaga pemantau yang telah menyampaikan hasil kerjanya, laporan ini masih memiliki urgensi dan relevansi karena obyek yang diamati bersifat khusus, yakni siaran *Berita Nasional* TVRI yang disiarkan pada pukul 19.00 WIB.

Dipilihnya TVRI sebagai obyek penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan. *Pertama*, TVRI merupakan stasiun penyiaran

¹ Identifikasi karakteristik lembaga penyiaran publik ini dirumuskan berdasarkan makalah-makalah yang diajukan pada Semiloka Menyambut Radio dan TV Publik yang diselenggarakan atas kerjasama IFES, ISKI, FISIP UI, UNAIR, RRI dan TVRI di Surabaya tahun 2001, seperti dari Brugger, (2001) dan Byrd, (2001).

TV yang paling tua dan berpengalaman di Indonesia. *Kedua*, TVRI memiliki jaringan penyiaran yang tersebar di berbagai wilayah sehingga memiliki daya jangkau yang lebih luas dibandingkan TV Swasta. *Ketiga*, selama masa Orde Baru TVRI menjadi media massa pemerintah yang orientasi siarannya bersifat *top down*, dan menjadi alat propaganda penguasa. *Keempat*, UU No. 32/2002 tentang Penyiaran menyebutkan bahwa TVRI merupakan lembaga penyiaran publik sehingga secara normatif institusi tersebut mestinya bersikap independen, netral dan mandiri dalam memberitakan kampanye 2004 dan berkewajiban meliput seluruh wilayah negara RI. *Kelima*, bagi *broadcaster* TVRI, rentang waktu pelaksanaan Pemilu 2004 merupakan masa transisi dari keberadaannya sebagai lembaga penyiaran pemerintah (UU Penyiaran 1997) menjadi lembaga penyiaran publik (UU Penyiaran 2002) sehingga sangat perlu untuk diawasi agar proses transformasinya dapat berlangsung dengan baik dan maksimal.

Ikhwal pentingnya pengawasan terhadap siaran TVRI pernah pula disampaikan oleh Menteri Negara Komunikasi dan Informasi Syamsul Muarif di depan anggota Komisi I DPR RI tanggal 18 Februari 2004. Muarif mengatakan bahwa TVRI adalah milik seluruh masyarakat. Oleh karena itu, menghadapi Pemilu 2004, TVRI harus diawasi agar dapat menjaga kenetralannya. Muarif berharap agar siaran pemilu di TVRI didasarkan pada fakta, bukan opini, penyajiannya harus independen, akurat, seimbang dan tidak memihak.

Berdasarkan sejumlah alasan di atas, fokus permasalahan dalam pemantauan ini adalah pengimplementasian prinsip-prinsip penyiaran publik dalam memberitakan kegiatan kampanye Partai Politik (parpol) peserta pemilu legislatif 2004 oleh TVRI sebagai lembaga penyiaran publik. Pemantauan terhadap siaran Berita Nasional TVRI dilakukan untuk mengetahui (1) kecenderungan TVRI dalam memberitakan kegiatan kampanye parpol pada pemilu legislatif dilihat dari frekuensi penyiaran dan penggunaan *sound up*; dan (2) cakupan wilayah liputan TVRI dilihat dari pilihan lokasi kampanye parpol yang disiarkan dalam *Berita Nasional*.

Sesuai dengan tujuan kegiatan, pelaksanaan pemantauan dilakukan terhadap satu program acara *Berita Nasional* yang disiarkan oleh TVRI Stasiun Jakarta setiap pukul 19.00 WIB selama periode

kampanye Parpol dan calon anggota legislatif, dari tanggal 11 Maret sampai dengan 1 April 2004. Dipilihnya program acara tersebut sebagai studi kasus karena beberapa pertimbangan. *Pertama*, pukul 19.00 tergolong waktu *prime time* (jam utama) baik untuk kelompok khalayak di Wilayah Indonesia Barat, Indonesia Tengah, maupun yang berada di Wilayah Indonesia Timur. Penempatan acara program tertentu pada slot waktu jam utama mengindikasikan bahwa acara yang bersangkutan dianggap memiliki bobot lebih tinggi dibandingkan acara lain yang tidak ditempatkan pada jam utama siaran. *Kedua*, acara *Berita Nasional* disiarkan secara sentral dan direlai oleh jaringan penyiaran yang dimiliki TVRI sehingga wilayah jangkauannya sangat luas dibandingkan daya jangkau stasiun TV swasta (TVS). *Ketiga*, materi berita yang disiarkan pada acara *Berita Nasional* pukul 19.00 WIB selain merupakan hasil pengumpulan bahan oleh reporter TVRI Jakarta, juga ada kontribusi dari para reporter daerah sehingga bisa memberikan gambaran kinerja pemberitaan TVRI secara nasional.

Kegiatan pemantauan dilakukan secara konvensional. Peneliti menonton langsung siaran *Berita Nasional* dari awal sampai akhir dengan menggunakan metode analisis isi, yaitu melakukan pencatatan atas variabel-variabel yang diamati dan muncul di siaran tersebut. Pengamatan diarahkan untuk mengidentifikasi frekuensi pemberitaan kampanye pemilu legislatif 2004 berdasarkan nama parpol², lokasi kampanye, narasumber, dan frekuensi penggunaan *sound up*.

Pemantauan dilakukan selama 18 kali (hari), mulai tanggal 13 Maret sampai dengan 1 April, namun tanggal 17 dan 24 Maret tidak sempat terpantau. Dalam melaksanakan kegiatan pemantauan tidak semua item berita yang ada di siaran *Berita Nasional* diperlakukan sama, tetapi hanya dipilih item yang muncul di segmen "*Liputan Kampanye*." Dalam koding masih dipersempit lagi, dipilih berita-berita yang secara langsung mengenai kegiatan kampanye yang dilakukan oleh parpol peserta pemilu. Dengan demikian meskipun topik beritanya mengenai pemilu, sepanjang tidak mengenai secara langsung kegiatan kampanye parpol, berita tersebut tidak ikut dikoding.

² Di kalangan jurnalis radio, sistem yang sama disebut insert atau sound bite. Penggunaan *sound up* dimaksudkan untuk memberi aksentuasi bahwa berita yang bersangkutan memiliki bobot lebih tinggi dibanding yang tidak menggunakan *sound up*.

Untuk memperoleh akurasi koding dilakukan dalam dua tahap. Dalam tahap pertama, peneliti mencatat variabel yang diamati ke dalam buku bantu. Dalam tahap kedua, peneliti memasukkan data dari buku bantu ke dalam lembar koding, dan selanjutnya data diolah dengan menggunakan program SPSS. Hasil olahan data itulah yang kemudian dianalisis dan menjadi laporan ini.

Meskipun tidak semua jam siaran *Berita Nasional* pada masa kampanye pemilu legislatif dapat dipantau, hasil pemantauan ini sudah dapat memberikan gambaran umum mengenai kecenderungan TVRI dalam memberitakan parpol peserta pemilu 2004. Secara normatif pengamatan yang dilakukan selama seminggu berturut-turut terhadap produk harian sebuah media massa sudah bisa untuk menarik generalisasi kecenderungan media yang bersangkutan dalam memberitakan fakta sosial tertentu (Krippendorff, 1993).

Perlu dikemukakan bahwa salah satu kesulitan dan sekaligus merupakan kelemahan dari metode analisis isi yang dipergunakan dalam pemantauan ini adalah ketika berhadapan dengan teks yang mengandung informasi ganda. Maksudnya, sering kali pemantau menemukan satu item berita mengandung informasi tentang kegiatan kampanye yang dilakukan oleh dua atau lebih parpol peserta pemilu. Dalam pencatatan tahap pertama, semua parpol yang disebut dilakukan perekaman, tetapi pada tahap koding hanya dipilih nama parpol yang disebut pertama kali dalam item berita yang bersangkutan. Cara kerja yang sama diberlakukan dalam mengidentifikasi lokasi kampanye dan nama narasumber. Dengan demikian, jika dalam satu item berita terjadi penyebutan narasumber lebih dari seorang, maka yang dipakai hanya yang disebut pertama kali. Begitu juga ketika sebuah item berita menyebutkan satu partai tertentu melakukan kegiatan kampanye di lebih dari satu lokasi, yang dicatat ke dalam lembar koding hanya satu, yakni yang disebut pertama dalam teks berita yang diamati.

Pembahasan Hasil Temuan

Terdapat tiga aspek yang perlu dieksplorasi atau dianalisis, yaitu frekuensi pemberitaan masing-masing parpol, lokasi kampanye, dan penggunaan *sound up* dalam pemberitaan kampanye pemilu legislatif 2004 di acara *Berita Nasional*. Masing-masing dari ketiga jenis temuan utama itu akan diuraikan secara ringkas pada bagian berikut.

1. Frekuensi Pemberitaan

Berdasarkan hasil pengamatan selama 18 hari terdapat 182 item berita tentang kegiatan kampanye parpol yang disiarkan melalui siaran *Berita Nasional*. Dilihat dari frekuensi kemunculannya, ternyata partai-partai besar, terutama yang tengah berkuasa yaitu PDIP memperoleh porsi pemberitaan tertinggi dibanding partai kecil. Frekuensi pemberitaan PDIP mencapai 14,3%, sedangkan Golkar 9,9%, PPP 9,3%, PAN 6,6%, PKB 6,6%, PBB 6%, dan lainnya kurang dari 5%. Bahkan 6 partai baru hanya mendapat porsi pemberitaan antara 1,1 - 1,6% sebagaimana terlihat pada tabel 1. Dari data itu terlihat jelas bahwa dalam memberitakan kegiatan kampanye parpol pada masa kampanye pemilu legislatif 2004 TVRI ternyata tidak cukup berimbang. Nuansa keberpihakan TVRI terhadap parpol yang tengah berkuasa terlihat sangat jelas dengan tingginya frekuensi pemberitaan PDIP dibandingkan porsi yang diberikan kepada parpol lain.

Tabel 1
Frekuensi Pemberitaan Kegiatan Kampanye Parpol
Pemilu Legislatif 2004 di TVRI

No.	Nama Parpol	Frekuensi	Persentase
1	PDIP	26	14,3
2	Golkar	18	9,9
3	PPP	17	9,3
4	PAN	12	6,6
5	PKB	12	6,6
6	PBB	11	6,0
7	Parta Merdeka	8	4,4
8	P. Demokrat	7	3,8
9	PKPI	7	3,8
10	P. Patriot Pancasila	7	3,8
11	PDK	6	3,3
12	PKPB	6	3,3
13	PKS	6	3,3
14	PBR	6	3,3

15	PIB	5	2,7
16	PSI	5	2,7
17	Partai Pelopor	5	2,7
18	PPD	4	2,2
19	PNBK	3	1,6
20	PDS	3	1,6
21	PNIM	2	1,1
22	PBSD	2	1,1
23	PPDI	2	1,1
24	PPNUI	2	1,1

Temuan ini seolah menguatkan kekhawatiran yang dilontarkan sejumlah kalangan atas kemungkinan dimanfaatkannya TVRI sebagai alat kepentingan parpol. Ketika April 2003 terjadi pergantian direksi Perjan TVRI, Sekjen Partai Golkar Budi Harsono masuk dalam jajaran komisaris (*Kompas*, 17-4-2003). Sedangkan di jajaran direksi masuk nama Yazirwan Uyun yang ditengarai mempunyai hubungan dekat dengan Taufik Kiemas, suami Presiden Megawati yang juga Ketua Umum PDIP. Pada masa kampanye pemilu legislatif, Uyun sudah menjabat Direktur Utama Persero TVRI sedangkan Direktur Pemberitaan dipegang oleh Nunuk Parwati. Baik Uyun maupun Nunuk keduanya tumbuh dan dibesarkan di lingkungan TVRI sehingga tingkat ketaatan terhadap pihak yang berada “di atasnya” tidak perlu diragukan. Jika kekhawatiran yang muncul sebelumnya disilangkan dengan data temuan, terbukti bahwa dalam memberitakan kegiatan kampanye parpol pihak TVRI tidak berlaku secara adil, tidak berimbang, dan cenderung memihak partai-partai besar, terutama partai yang tengah berkuasa. Kenyataan itu menunjukkan bahwa TVRI belum dapat mengimplementasikan prinsip-prinsip TV publik ke dalam program siaran berita. Prinsip imparialitas yang sering kali dianggap menjadi penanda paling penting dalam menilai obyektivitas pemberitaan sebuah media massa ternyata gagal diwujudkan oleh TVRI dalam memberitakan kegiatan kampanye parpol pada pemilu legislatif 2004. Kenyataan itu patut menjadi perhatian semua pihak yang punya kepedulian pada upaya perwujudan lembaga penyiaran publik di Indonesia.

Dilihat dari kaidah umum jurnalistik, kecenderungan TVRI memberikan porsi lebih besar dalam memberitakan kegiatan kampanye parpol-parpol besar sesungguhnya sangat beralasan. Bagi media massa, memberitakan kerumunan massa yang jumlahnya di bawah seratus orang dengan yang jumlahnya mencapai puluhan ribu jelas memiliki makna yang sangat berbeda. Secara sosiologis, jika kerumunan massa jumlahnya mencapai sepuluh ribu orang, dan mereka itu pendukung fanatik sebuah parpol, tentu pengaruh yang ditimbulkan bisa sangat luas seperti kemacetan lalu lintas, maraknya pedagang kaki lima musiman, meningkatnya kebutuhan transportasi, tingginya kebutuhan konsumsi, dan kemungkinan terjadinya kekacauan pun sangat tinggi jika dibanding dengan berkumpulnya seratus orang sebagai pendukung sebuah partai baru.

Bagi lembaga penyiaran komersial tentu tidak ada salahnya jika argumen kebijakan penyelenggaraan siaran berita selama masa kampanye didasarkan sepenuhnya pada prinsip-prinsip jurnalistik yang konvensional. Akan tetapi bagi lembaga penyiaran publik seperti TVRI, kebijakan yang demikian tidak sesuai dengan prinsip-prinsip TV publik yang harus menjalankan fungsi edukasi. Di samping itu, UU No. 12 Tahun 2003 tentang Pemilu anggota DPR, DPD, dan DPRD mengamanatkan kepada media elektronik dan media cetak untuk memberikan kesempatan yang sama kepada peserta Pemilu untuk menyampaikan tema dan materi kampanye Pemilu. Berdasarkan amanat tersebut, dalam memberitakan fakta politik seperti kegiatan kampanye, mestinya yang dijadikan dasar pijak TVRI tidak hanya prinsip-prinsip jurnalisme tetapi yang lebih penting justru pengutamaan prinsip TV publik. TVRI mestinya mengutamakan prinsip keadilan, netralitas, obyektivitas, dan independensi.

Ketidakmampuan TVRI menyajikan berita kampanye Pemilu 2004 secara obyektif, netral, dan tidak memihak tentu tidak lepas dari pengaruh di era Orde Baru yang menjadikan TVRI sebagai alat propaganda pemerintah. Kesadaran bahwa TVRI sebagai alat konstruksi budaya rezim Orde Baru sebagaimana dimaksud oleh Kitley (2000) tampaknya sudah teramat sulit untuk dicabut dari benak *broadcaster* TVRI sehingga meskipun zaman telah berubah, paradigma mereka masih seperti dulu, mengabdikan pada penguasa. Kecenderungan seperti itu patut diakui sebagai kegagalan dalam proses transformasi TVRI dari

statusnya sebagai lembaga penyiaran pemerintah menjadi lembaga penyiaran publik.

2. Lokasi Kampanye

Dilihat dari aspek lokasi berlangsungnya kegiatan kampanye parpol yang diberitakan, siaran *Berita Nasional* cenderung berorientasi pada wilayah Jakarta. Dari 182 item berita yang dipantau, satu di antaranya tidak disebutkan nama tempat terjadinya peristiwa kampanye, Jakarta mendominasi siaran *Berita Nasional*, yakni sebesar 26,5%. Pada urutan kedua adalah wilayah Jawa Tengah mencapai 9,9%, dan di urutan ketiga adalah Sumatera Selatan yang dikenal sebagai daerah asal Taufik Kiemas, suami Presiden Megawati dan Ketua Umum PDIP dengan porsi pemberitaan 6,1%, Sumatera Utara 5,5%, Jawa Timur 5,5%, Kalimantan Selatan dan Sulawesi Utara masing-masing 4,4%. Data selengkapnya mengenai lokasi kampanye parpol yang diberitakan dalam siaran *Berita Nasional* dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2
Frekuensi Pemberitaan Kegiatan Kampanye Parpol
pada Pemilu Legislatif 2004 di TVRI menurut lokasi Peristiwa

No.	Lokasi Peristiwa (Provinsi)	Frekuensi	Persentase
1	DKI Jakarta	48	26,5
2	Jawa Tengah	18	9,9
3	Sumatra Selatan	11	6,1
4	Sumatra Utara	10	5,5
5	Jawa Timur	10	5,5
6	Kalimantan Selatan	8	4,4
7	Sulawesi Utara	8	4,4
8	Jawa Barat	7	3,9
9	DIY	7	3,9
10	Lampung	6	3,3
11	Bali	6	3,3
12	Kalimantan Barat	6	3,3
13	Bengkulu	5	2,8
14	Papua	5	2,8

15	NAD	4	2,2
16	Riau	4	2,2
17	Sumatra Barat	3	1,1
18	Jambi	2	1,1
19	Banten	2	1,1
20	NTB	2	1,1
21	Maluku	2	1,1
22	Bangka Belitung	1	0,6
23	NTT	1	0,6
24	Kalimantan Tengah	1	0,6
25	Kalimantan Timur	1	0,6
26	Gorontalo	1	0,6
27	Sulawesi Tengah	1	0,6
28	Sulawesi Selatan	1	0,6

Jika pengelompokan lokasi kampanye yang diberitakan TVRI dilakukan berdasarkan nama-nama pulau besar atau gugusan pulau, maka tampak jelas bahwa kecenderungannya sangat terpusat di Jawa. Urutan kedua adalah Sumatera, kemudian Kalimantan, dan paling sedikit adalah kepulauan Maluku sebagaimana terlihat pada tabel 3.

Tabel 3
Frekuensi Pemberitaan Kegiatan Kampanye Parpol
pada Pemilu Legislatif 2004 di TVRI
menurut kelompok Lokasi Peristiwa

No.	Kelompok Lokasi	Frekuensi	Persentase
1	Jawa	92	50,8
2	Sumatra	46	25,4
3	Kalimantan	6	8,8
4	Sulawesi	11	6,1
5	Bali, NTB, NTT	9	5,0
6	Papua	5	2,8
7	Maluku	2	1,1

Data pada tabel 2 dan 3 secara jelas memperlihatkan bahwa dari aspek lokasi, pemberitaan TVRI tidak mencerminkan eksistensinya sebagai TV publik nasional karena sangat bias Jakarta, dan Jawa. Hal itu tidak sesuai dengan prinsip-prinsip TV publik yang semestinya dijunjung tinggi oleh TVRI. Kecenderungan pemberitaan TVRI yang sangat bias Jakarta atau Jawa itu tidak cukup bisa dijelaskan dengan argumen adanya keterbatasan anggaran operasional. Dengan dimilikinya stasiun TVRI di sejumlah daerah, yaitu di Banda Aceh, Medan, Palembang, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Bali, Pontianak, Samarinda, Makasar, Ambon dan Jayapura (Papua) TVRI mestinya bisa meliput kampanye parpol di seluruh wilayah NKRI. Akan tetapi rupanya pihak TVRI Jakarta telah kehilangan daya untuk bisa “memaksa” stasiun jaringannya agar menyetor bahan berita sebanyak mungkin untuk bisa memenuhi quota siaran berita kampanye yang mencerminkan keindonesiaan yang plural dan luas. TVRI sebagai lembaga penyiaran publik terbukti gagal dalam mengimplementasikan prinsip-prinsip TV publik selama masa kampanye pemilu legislatif 2004.

3. Frekuensi Penggunaan Sound Up

Dalam media cetak, khususnya surat kabar, penonjolan suatu berita dapat dilihat dari letak halaman, dan posisi berita tersebut dalam suatu halaman. Suatu berita yang berada di halaman pertama dan menempati kuadran I atau menjadi *head line* dianggap paling penting dibanding berita yang berada di posisi lain.

Dalam jurnalisime televisi, pemaknaan nilai suatu berita atas berita lainnya dalam edisi yang sama dapat dilakukan dengan cara memberikan waktu siar (durasi) yang lebih panjang, *angle* pengambilan gambar, dan penggunaan *sound up* atau ditampilkannya kutipan pernyataan (*statement*) langsung dari narasumber. Berita yang menggunakan *sound up* dianggap memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan item berita yang tidak menampilkan *sound up*.

Pada awalnya terminologi *sound up* merupakan istilah teknis yang dipergunakan sewaktu menjalankan produksi berita di ruang studio. Sebagaimana dijelaskan oleh Iskandar (2003: 201), *sound up* adalah suatu bentuk perintah kepada bagian audio (suara) di ruang kontrol produksi

agar memperdengarkan suara yang telah direkam di pita (tape) atau film *celluloid*. Akan tetapi dalam perkembangan selanjutnya, *sound up* merupakan salah satu teknik *framing* dalam sistem pemberitaan di televisi. *Sound up* dimaksudkan untuk meyakinkan *audiences* bahwa materi berita yang disiarkan betul-betul berasal dari tangan pertama, bukan kutipan dari sumber lain. Dengan adanya *sound up* secara otomatis menunjukkan bahwa reporter TV yang bersangkutan bertemu dan memperoleh suara langsung dari pihak narasumber. Mengingat fungsinya lebih untuk meyakinkan pihak khalayak, maka *sound up* harus dipilih dari bagian yang dianggap paling penting dan menarik dengan durasi yang sangat pendek, maksimal 30 detik.

Penggunaan *sound up* dimaksudkan untuk memberikan aksentuasi bahwa item berita yang bersangkutan dianggap lebih penting dibanding item berita lain yang tidak menggunakan *sound up*. Dalam konteks pemantauan terhadap berita kampanye yang disiarkan TVRI, parpol yang diberi kesempatan untuk *sound up* lebih tinggi secara otomatis menunjukkan bahwa parpol tersebut mendapat apresiasi paling tinggi dari pihak TVRI.

Dilihat dari penggunaan *sound up* ketika memberitakan kegiatan kampanye parpol pada Pemilu legislatif 2004, ternyata TVRI cenderung memihak PDIP. Dari 182 item berita mengenai kegiatan kampanye, 39 item di antaranya menggunakan *sound up*, dan dari jumlah tersebut 14 kali atau 35,9% diperuntukan bagi PDIP. Perhatian kedua diberikan kepada PPP mencapai 10,3%, dan berturut-turut yang memperoleh porsi di atas lima persen adalah PKPB 7,7%, PBR 7,7%. Sedangkan PBB, PDK, Golkar masing-masing 5,1 %, dan yang masing-masing diberi kesempatan *sound up* sekali adalah PSIP, NIIM, Partai Merdeka, PIB, Partai Demokrat, PAN, Patriot Pancasila, dan Partai Pelopor.

Jika penggunaan *sound up* dilihat dari nama-nama narasumber, ternyata Megawati paling banyak diberi kesempatan oleh TVRI. Dari 39 kali penggunaan *sound up*, terdapat 25 nama narasumber, dan 6 (enam) di antaranya berasal dari PDIP, yaitu: Megawati, Taufik Kiemas, Sutjipto, Guruh Sukarnoputra, Puan Maharani, dan Roy BB Janis. *Sound up* untuk Megawati mencapai 8 kali atau 20,5 persen. Lainnya hanya dua kali, dan bahkan sebagian besar narasumber memperoleh kesempatan *sound up* hanya sekali saja. Data tentang narasumber yang

memperoleh kesempatan dua kali atau lebih *sound up* dapat dilihat pada tabel 4.

Jika dicermati secara seksama, tabel 4 memperlihatkan kecenderungan yang nyata bahwa dalam penggunaan *sound up*, standar yang dipergunakan TVRI tidak lagi kategori besar kecilnya parpol, tetapi figur narasumber. Dalam pemilihan narasumber yang diberi kesempatan *sound up* tampaknya TVRI lebih mengutamakan aspek proksimitas dan prominensi. Hal itu tampak dari diberikannya kesempatan *sound up* bagi R. Hartono dari PKB, atau Yusril Isha Mahendra dari PBB. Selain itu dugaan diperkuat oleh tidak adanya data yang menunjukkan hubungan paralel antara frekuensi *sound up* dengan frekuensi pemberitaan parpol. Hubungan yang paralel hanya terlihat secara nyata pada PDIP dengan Megawati Soekarnopoetri.

Tabel 4
Narasumber yang Mendapat Kesempatan Dua kali atau Lebih
Sound Up
dalam Pemberitaan Kampanye Pemilu Legislatif 2004 di TVRI

No.	Nama Parpol	Frekuensi	Persentase
1	Megawati Soekarnopoetri	8	20,5
2	R. Hartono	3	7,7
3	Akbar Tanjung	2	5,1
4	Hamzah Haz	2	5,1
5	Taufik Kiemas	2	5,1
6	Yusril Isha mahendra	2	5,1
7	Zainuddin MZ	2	5,1

Menurut Ashadi Siregar (1998) pemberitaan yang menekankan aspek proksimitas dan prominensi lebih dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan psikologis, atau hal-hal yang sifatnya manusiawi dari khalayak sehingga kategori beritanya adalah menarik. Padahal sebagai peristiwa politik, peliputan atas kegiatan kampanye pemilu semestinya lebih menekankan aspek *social pragmatic-nya* atau tingkat kemampuannya mempengaruhi kehidupan sosial. Dengan demikian pertimbangan memilih narasumber untuk *sound up* pun seharusnya

didasarkan pada aspek signifikansi, pengaruh (*impact*) yang ditimbulkan, dan *magnitude-nya* (besaran peristiwa yang dapat dinyatakan secara kuantitatif).

Pola *sound up* yang dilakukan TVRI saat memberitakan kegiatan kampanye parpol pada pemilu legislatif 2004 melalui *Berita Nasional* Pukul 19.00 WIB menunjukkan bahwa di tingkat konseptual berita pun ternyata pihak TVRI masih menghadapi permasalahan. Apalagi kalau harus menyesuaikan dengan tuntutan berita di era demokrasi, tampaknya jurnalis TVRI harus lebih banyak lagi mencurahkan waktunya untuk belajar.

Kesimpulan

Berdasarkan uraian di muka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut. *Pertama*, dalam memberitakan kegiatan kampanye parpol pada Pemilu 2004, TVRI memperlihatkan kecenderungan memihak terhadap partai-partai besar, terutama partai yang sedang berkuasa, yaitu PDIP. Hal itu membuktikan bahwa kebijakan pemberitaan TVRI selama masa kampanye tidak netral sehingga bertentangan dengan prinsip-prinsip TV publik.

Kedua, lokasi kampanye yang diberitakan TVRI melalui acara siaran *Berita Nasional* pukul 19.00 WIB lebih terfokus di Jakarta atau Jawa pada umumnya. Kecenderungan seperti itu menunjukkan bahwa TVRI belum dapat diharapkan sepenuhnya untuk menjadi TV publik yang mampu meliput seluruh wilayah NKRI secara adil.

Ketiga, dalam menentukan narasumber untuk *sound up*, TVRI lebih mengedepankan aspek proksimitas dan prominensi yang dalam konsep jurnalisme lebih dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan psikologis khalayak. Untuk memberitakan kegiatan kampanye parpol seharusnya TVRI menggunakan standar nilai berita yang lebih menekankan aspek sosial pragmatiknya. Temuan ini menunjukkan bahwa di tingkat konseptual berita saja ternyata TVRI masih menghadapi permasalahan, sehingga menghambat proses reposisi menjadi TV publik. ***

Daftar Pustaka

- Brugger, David, (2001). *Pengalaman Amerika Serikat dengan Media Publik*, makalah semiloka Menyambut Radio dan TV Publik, Yogyakarta dan Surabaya (tidak diterbitkan).
- Byrd, Jim, (2001). *Sistem Penyiaran Kanda – Latar Belakang dan Gambaran umum*, makalah semiloka Menyambut Radio dan TV Publik, Yogyakarta dan Surabaya (tidak diterbitkan).
- Charney Research, UNDP, CH-PPS, AC Nielsen dan The Asia Foundation, (1999). *Survei Nasional Pendidikan Pemilih Indonesia*, Jakarta.
- Gazali, Effendi, ed. (2002). *Penyiaran Alternatif tapi Mutlak Sebuah Acuan tentang Penyiaran Publik & Komunitas*. Jakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP UI.
- Iskandar Muda, Deddy, (2003). *Jurnalistik Televisi Menjadi Reporter Profesional*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kitley, Philip, (2000). *Konstruksi Budaya Bangsa di Layar Kaca*. Jakarta: Lembaga Studi Pers dan Pembangunan, Institut Studi Arus Informasi dan PT Media Lintas.
- Krippendorff, Klaus, (1993). *Analisis Isi Pengantar Teori dan Metodologi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Siregar, Ashadi, dkk (1998). *Bagaimana Meliput dan Menulis Berita untuk Media Massa*. Yogyakarta: LP3Y dan Kanisius.